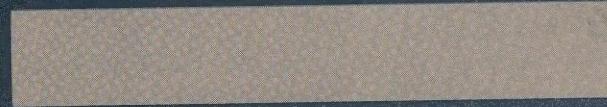
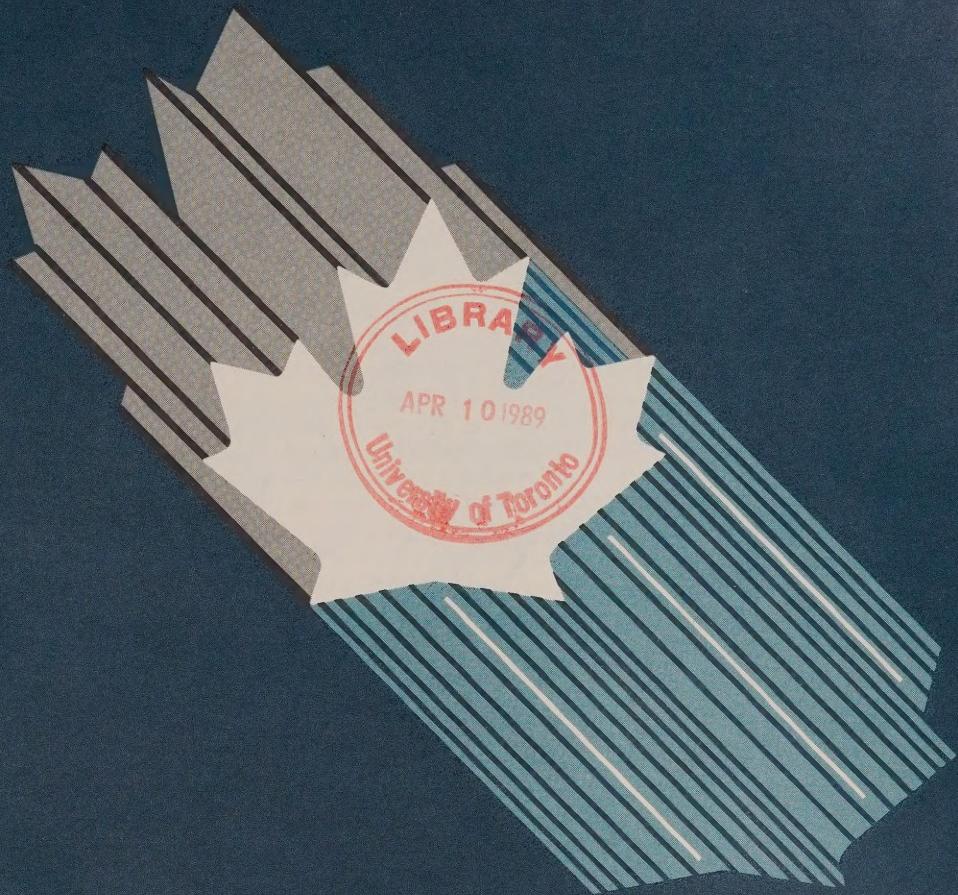


CAI  
EST 1  
- 1988  
ETI

I N D U S T R Y  
P R O F I L E

3 1761 11764806 3



Industry, Science and  
Technology Canada

Industrie, Sciences et  
Technologie Canada

Fur Apparel

Canada

# Regional Offices

## Newfoundland

Parsons Building  
90 O'Leary Avenue  
P.O. Box 8950  
ST. JOHN'S, Newfoundland  
A1B 3R9  
Tel: (709) 772-4053

## Prince Edward Island

Confederation Court Mall  
Suite 400  
134 Kent Street  
P.O. Box 1115  
CHARLOTTETOWN  
Prince Edward Island  
C1A 7M8  
Tel: (902) 566-7400

## Nova Scotia

1496 Lower Water Street  
P.O. Box 940, Station M  
HALIFAX, Nova Scotia  
B3J 2V9  
Tel: (902) 426-2018

## New Brunswick

770 Main Street  
P.O. Box 1210  
MONCTON  
New Brunswick  
E1C 8P9  
Tel: (506) 857-6400

## Quebec

Tour de la Bourse  
P.O. Box 247  
800, place Victoria  
Suite 3800  
MONTRÉAL, Quebec  
H4Z 1E8  
Tel: (514) 283-8185

## Ontario

Dominion Public Building  
4th Floor  
1 Front Street West  
TORONTO, Ontario  
M5J 1A4  
Tel: (416) 973-5000

## Manitoba

330 Portage Avenue  
Room 608  
P.O. Box 981  
WINNIPEG, Manitoba  
R3C 2V2  
Tel: (204) 983-4090

## Saskatchewan

105 - 21st Street East  
6th Floor  
SASKATOON, Saskatchewan  
S7K 0B3  
Tel: (306) 975-4400

## Alberta

Cornerpoint Building  
Suite 505  
10179 - 105th Street  
EDMONTON, Alberta  
T5J 3S3  
Tel: (403) 495-4782

## British Columbia

Scotia Tower  
9th Floor, Suite 900  
P.O. Box 11610  
650 West Georgia St.  
VANCOUVER, British Columbia  
V6B 5H8  
Tel: (604) 666-0434

## Yukon

108 Lambert Street  
Suite 301  
WHITEHORSE, Yukon  
Y1A 1Z2  
Tel: (403) 668-4655

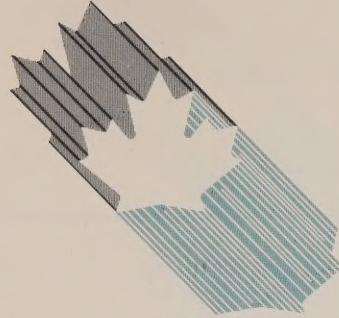
## Northwest Territories

Precambrian Building  
P.O. Bag 6100  
YELLOWKNIFE  
Northwest Territories  
X1A 1C0  
Tel: (403) 920-8568

*For additional copies of this profile contact:*

*Business Centre  
Communications Branch  
Industry, Science and  
Technology Canada  
235 Queen Street  
Ottawa, Ontario  
K1A 0H5*

*Tel: (613) 995-5771*



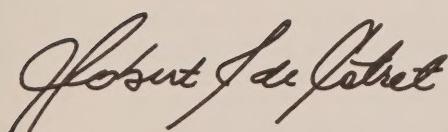
# INDUSTRY PROFILE FUR APPAREL

1988

## FOREWORD

In a rapidly changing global trade environment, the international competitiveness of Canadian industry is the key to survival and growth. This Industry Profile is one of a series of papers which assess, in a summary form, the current competitiveness of Canada's industrial sectors, taking into account technological and other key factors, and changes anticipated under the Canada-U.S. Free Trade Agreement. Industry participants were consulted in the preparation of the papers.

The series is being published as steps are being taken to create the new Department of Industry, Science and Technology from the consolidation of the Department of Regional Industrial Expansion and the Ministry of State for Science and Technology. It is my intention that the series will be updated on a regular basis and continue to be a product of the new department. I sincerely hope that these profiles will be informative to those interested in Canadian industrial development and serve as a basis for discussion of industrial trends, prospects and strategic directions.



Minister

Canada

## 1. Structure and Performance

### Structure

Currently, the fur industry comprises approximately 215 establishments engaged in converting dressed and dyed skins into apparel such as coats, hats, jackets, stoles, etc. It employs an estimated 3000 people and had shipments worth about \$418 million in 1987. It consists largely of small establishments, nearly 70 percent of which have less than \$1 million in annual sales.

The industry is entirely Canadian-controlled and all firms are family-owned. There are few opportunities for mechanization since production operations are characterized by their small scale, labour intensity and high skill requirements. However, production is becoming increasingly concentrated among the larger firms (there were 327 establishments in 1979). Approximately 20 percent of the establishments engaged in the marketing of fur garments now account for about 60 percent of the industry's dollar output.

Historically, Montréal and Toronto have been the major production centres because of their labour supply and geographic proximity to main Canadian and American markets. They account for 71 percent and 22 percent of the industry's total employment respectively.

The production cycle consists of the purchase of furs, dyeing and dressing, matching, cutting, sewing and finishing. Most of the industry's fur skin supplies are bought by producers at auctions. Some companies, however, acquire their raw furs from dealers who, in effect, indirectly finance a firm's purchases. Fur skins originate primarily from the United States, Canada and Europe. An estimated 40 percent of the furs used in apparel is imported.

The dyeing and dressing are performed by specialized companies. The garments are then either assembled by the producer or contracted to other firms who only cut and/or sew and trim. The contracting segment of the industry — which is an integral part of the production process — currently accounts for about half of the establishments and nearly 40 percent of the employment and value of production.

There is extensive manufacturing and retailing integration. An estimated 35 percent of the establishments either have their own retail outlets or sell directly from their own facilities.

The industry's major customers, both at home and abroad, are specialty fur stores and large chain stores, which absorb an estimated 60 percent and 25 percent of the industry's shipments respectively. Since the former tend to be largely small retailers, most manufacturers usually service a broad customer base.

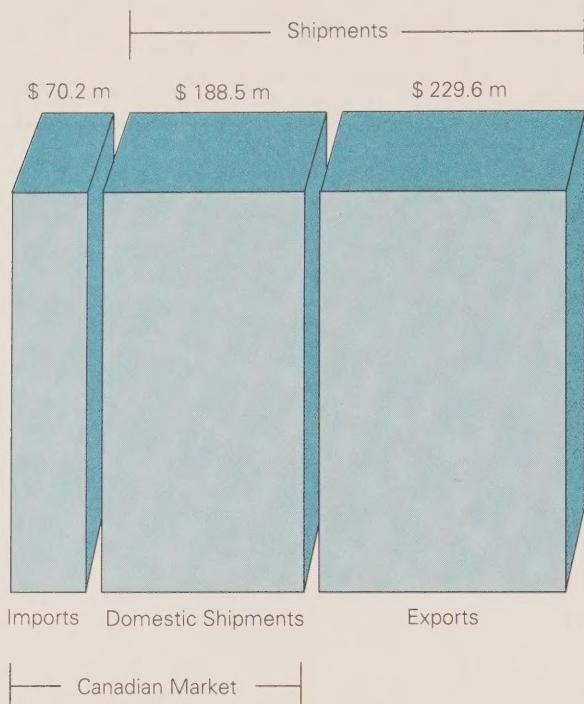
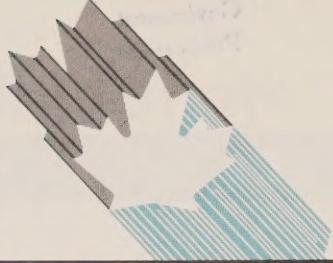
An estimated 60 to 65 percent of production is concentrated in the medium-to-higher end of the fashion market.

The industry is financially healthy, with relatively high after-tax profits on sales, high return on investment and minimal long-term debt.



Industry, Science and  
Technology Canada

Industrie, Sciences et  
Technologie Canada



*Imports, Exports and Domestic Shipments  
1987*

### Performance

Since the early 1970s, the industry has been operating in a relatively buoyant and expanding market. Much of the impetus for the industry's growth has been a function of an expanding consumer base both in North America and abroad, due in large part to the greater participation of women in the work force. Also, fur apparel has entered the mainstream of fashion, a development which has also stimulated increased demand.

Between 1973 and 1987 industry shipments (in current dollars) increased by \$316 million, for an annual average growth of nearly 11 percent. The 1984-86 period was one of particularly high growth — shipments rose by 40 percent, accounting for 35 percent of the increase that occurred during the 1973-87 period.

In 1987, however, market growth levelled off, with shipments increasing by an estimated seven percent. As a result, the sales of many companies have increased only marginally. This trend continued in 1988 primarily due to a mild winter and more cautious buying by retailers.

With the exception of 1977, 1980 and 1982, shipments have increased in each successive year, ranging from a high of 23.8 percent in 1978 to a low of 1.5 percent in 1983.

This growth since 1973 was largely attributable to intensified export activity, which accounted for more than 60 percent. The increase in value of shipments was also because manufacturers upgraded the quality and styling of their lines, enabling them to move to higher price points as well as operating at greater capacity.

When downturns occurred, they usually related to short and mild winters, such as the one in 1987-88; recessions, such as that of 1982; and sudden surges in prices, due mainly to price increases of raw skin materials.

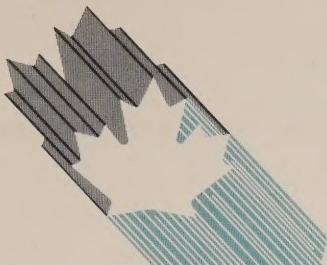
The fur industry is highly export-oriented, with exports accounting for more than 50 percent of total output. The major market is the United States, which accounts for nearly 80 percent of Canadian fur apparel exports and, in 1987, absorbed \$179 million worth of Canadian furs. Other markets are western Europe, where Canada accounted for 3.6 percent of fur apparel imports, and Japan, which imports from Canada 11 percent of the furs that it sources from developed countries.

Until the early 1980s, western Europe had been the domestic industry's major export market. However, between 1981 and 1985 the share of Canadian exports to this region declined steadily, due to the emergence of a vocal "anti-fur" movement; unfavourable exchange rates; increased competitive pressures from Hong Kong and the Republic of Korea; and an increased focus by the Canadian industry on the U.S. market.

Beginning in 1985, exports to western Europe began to climb again, slowly but gradually, increasing by \$12.4 million — or 47 percent — in 1987 (to reach a total of \$39 million). In 1987, growth in exports to Europe exceeded the increase to the United States.

Despite some initial gains, the industry has not been very successful in penetrating the Japanese market — the world's third largest. The major impediments include different sizing, high selling expenses, high tariffs, and the intense competition from other countries, principally the Republic of Korea, Hong Kong, the United States and the Federal Republic of Germany (F.R.G.). The latter two countries are generally the Canadian industry's major competitors in this market.

Since 1982, Canadian imports have been growing rapidly, largely because of a growing fur manufacturing base in several of the low-cost countries — particularly the Republic of Korea and Hong Kong — and the intensified importing activity of a number of large manufacturers to diversify or complement their existing product lines. It is estimated that the manufacturers themselves currently account for 60 to 65 percent of imports.



Although imports have increased their market share from seven percent in 1982 to 27 percent in 1987, imports have not had a significant impact on domestic production. The imports have been concentrated in the lower end of the market, which is being vacated by domestic producers. Nevertheless, imports are becoming a concern as low-cost suppliers gradually upgrade their product quality.

There has been only minimal investment in plant modernization or new equipment in the Canadian industry. Most of the existing facilities and equipment — much of which is aging — still remain serviceable and adequate. Generally, there has not been any incentive for the industry to invest in technology, largely because there have been no significant advances in this field. Although fur apparel production has a high labour content, labour costs represent only 15 percent of production costs. The costs of material inputs, however, are high.

## 2. Strengths and Weaknesses

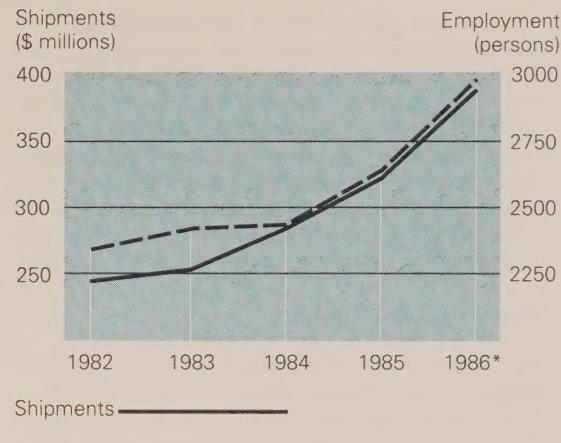
### Structural Factors

Over the years, the Canadian industry has earned a reputation for its product variety, quality and styling, management acumen and aggressive marketing. While Canada has historically been noted for its fur garments, fur manufacturers have invested considerable money, effort and time to promote international awareness of their unique styles and high-quality products. Generally, designer names can have an intrinsic value in providing manufacturers with an added competitive edge in the marketplace. Many manufacturers have in-house stylists or designers and actively promote designer names. Today, the industry appears to be well entrenched in the medium-to-upper end of the world's fashion market, which is generally considered to be profitable, stable and less sensitive to price fluctuations.

The industry has excellent export marketing know-how and experience. It also has the advantages of effective marketing strategies and structured organizations, high visibility, and excellent promotional literature in *Canada Fur Industry Guide*. There is also a well-established and world-famous trade show in Canada which has provided the industry with an ideal vehicle to exhibit its products.

Behind the industry's success is its flexibility in responding rapidly to fashion changes and its ability to capitalize on new market opportunities and be price competitive. As well, many companies are considered leaders in fashion innovation.

The industry also has the financial resources and capability to expand its markets. As export initiatives are usually extremely costly, considerable financial resources are required to sustain momentum in the development of global markets.



Total Shipments and Employment

\*ISTC estimate

Although the majority of the companies are financially sound, a growing number are beginning to experience difficulty in maintaining their profit position. A decline in the rate of growth of demand has resulted in intensified competition and led to a price-cost squeeze.

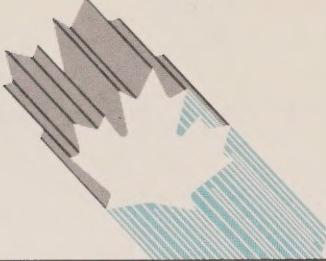
The industry is labour intensive and depends on a ready supply of skilled workers. Historically, companies developed this supply through on-the-job, in-house training. While labour training costs have risen, there has been a recent decrease in labour demand because some manufacturers have downsized their production operations and shifted to importing.

Canadian manufacturers rely largely on domestic dressers and dyers to service most of their needs. However, the lack of Canadian capability in certain processes and specialized techniques requires that these operations be performed in the United States or Europe.

However, Canadian firms have lower labour costs than European or U.S. companies, and thus enjoy some competitive advantage. On the other hand, Canadian furriers' wage costs are considerably higher than in Hong Kong and the Republic of Korea.

To a large extent, successful exporting depends on foreign exchange rates. Until 1988, the weak Canadian dollar was a major impetus for Canadian export to the United States. However, the recent strengthening of the Canadian dollar has contributed to a levelling off of the export growth rate to the United States.

Conversely, the industry's European prospects have been considerably enhanced because of the favourable Canadian exchange rate situation with most of Europe.



Overall, the industry is considered largely competitive with European and American producers in terms of styling, quality and diversity — three of the major determinants of demand — which has helped neutralize any cost disadvantages.

Since fur garment manufacturing worldwide tends to be a small-scale operation (that is, each garment is produced individually and usually in limited quantities), company size is not normally a major factor in providing firms with a competitive edge.

#### Trade-related Factors

In general, customs tariffs on Canadian fur apparel are not considered to be significant impediments to trade. Canadian furs entering the principal markets of the United States and European Community (E.C.) encounter rates of duty of 5.8 percent and six percent respectively. In Japan, where the rate is set, on average, at 20 percent, half-a-dozen Canadian companies have been able to penetrate this important market successfully. Canada's relatively low tariff rate of 12.3 percent on most fur apparel items is not considered an impediment to entry.

Since all customs tariffs relating to fur products between Canada and the United States are to be lifted on January 1, 1989, under the Canada-U.S. Free Trade Agreement (FTA), there will likely be an incentive for more companies to export and for established exporters to expand their export volume further. Furs are exempt from the special rules of origin for textiles and apparel, so this will not inhibit trade in fur garments with the United States.

The only significant global obstacle limiting trade opportunities is the labelling regulations being proposed by European parliament. This would require that fur products bear labels advising consumers that the animals may have been caught in leg-hold traps. Restrictions also exist on the Canadian export of garments made of skins of certain endangered species.

#### Technological Factors

Since the production of fur garments in Canada tends to be a small-scale and highly specialized operation with a broad and diversified product mix, there are limited opportunities for mechanization. With the exception of advances being made to simplify sewing, technology continues to be relatively basic and unsophisticated. Most of the technical improvements that have occurred have been largely in-house developments.

### 3. Evolving Environment

The recent past has witnessed an explosive rate of growth in world demand for fur garments but there is evidence that the markets of major industrial nations peaked in 1986-87 and have since levelled off. Over the medium term, only modest growth is projected. On the other hand, there has been a solid build-up of production capacity in many parts of the world, including several low-cost countries. As these countries are expected to continue increasing their involvement in fur garment production, improving their manufacturing know-how and upgrading their styling capabilities, there will likely be a shift from a sellers' market to a buyers' market in the world fur trade.

The United States will continue to be Canada's major market, but will likely diminish in importance as more emphasis is directed to European and Japanese markets. The FTA will make it easier to sell to the United States and encourage more Canadian manufacturers to explore the feasibility of penetrating that market. It should also encourage established exporting firms to intensify their efforts. However, as competition from U.S. and other foreign companies increases, Canadian companies will have to devote more of their resources to marketing.

Assuming that the more favourable exchange rate continues, it is anticipated that Canadian manufacturers will re-establish themselves in the European market. It is also projected that there will be greater opportunities in Japan for a few selected manufacturers with the resources, products and appropriate designer identification.

Over the next few years, the companies with the highest growth potential are those that will be active in "global" marketing. The Canadian market is not expected to grow appreciably, so firms which remain domestically oriented will probably experience only relatively modest growth, and be vulnerable to dislocation from both imports and other Canadian competitors.

While technological innovations which will revolutionize the manufacturing process are unlikely, there will probably be some modest advances due to the introduction of computers in production activities such as computer-aided design and matching, and some mechanization in sewing. However, these developments are not expected to increase productivity significantly in the foreseeable future.

If current trends continue, there will be more extensive importing by manufacturers to diversify their product base and increase their profitability.



## 4. Competitiveness Assessment

Overall, the Canadian industry has the image, resources, capacity, experience and products to maintain its world market position. Over the years, through extensive promotion and marketing, the industry has firmly established itself in the medium-to-higher end of the market. It may be susceptible to greater competitive pressures in the future. However, its demonstrated ability to be innovative and adaptable to world trends in fashion, to be price competitive and to capitalize on emerging market opportunities, will ensure that Canadian producers will remain a major force in the world market.

The industry will also benefit from a more liberalized trading environment with the United States. Prospects in Europe should also improve, due to a favourable exchange rate and the initiatives by the industry to counteract the adverse animal rights publicity. The well-established annual Montréal Fur Fair will continue to promote Canadian fur companies internationally.

Equally important is the fact that Canadian furriers are prepared to devote more resources to develop unexploited potential markets such as the F.R.G., Sweden, Italy and Japan.

The industry will benefit from the FTA as it will likely enable producers to maintain their market position in the United States where, in 1987 and 1988, the growth rates started to level off. With the agreement, the prospects of sustaining the growth achieved between 1982 and 1986 are considerably enhanced.

For further information concerning the subject matter contained in this profile, contact:

Service Industries and Consumer Goods Branch  
Industry, Science and Technology Canada  
Attention: Fur Apparel  
235 Queen Street  
Ottawa, Ontario  
K1A 0H5

(613) 954-2884



## PRINCIPAL STATISTICS

SIC(s) COVERED: 2495 (1980)

	1973	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Establishments	338	N/A	266	272	243	N/A	215 <sup>e</sup>
Employment	2 525	2 333	2 423	2 437	2 640	2 989 <sup>e</sup>	N/A
Shipments (\$ millions)	101.7	247.2	251.0	280.2	321.7	390.4 <sup>e</sup>	418.1 <sup>e</sup>
Profits after tax (\$ millions) (% of sales)	2.4 2.4	6.6 2.7	8.7 3.5	13.2 4.7	N/A N/A	N/A N/A	N/A N/A

## TRADE STATISTICS

	1973	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Exports (\$ millions)	29.7	111.6	99.3	141.0	160.0	207.7	229.6
Domestic shipments (\$ millions)	72.0	135.6	151.7	139.2	161.7	182.7	188.5
Imports (\$ millions)	1.9	9.7	12.2	19.9	26.3	41.6	70.2
Canadian market (\$ millions)	73.9	145.3	163.9	159.1	188.0	224.3	258.7
Exports as % of shipments	29	45	40	50	50	53	54
Imports as % of Canadian market	3	7	7	13	14	18	27
Source of imports (% of total value)			U.S.	Western Europe*	Asia	Others	
	1982	14	18 (14)	63	5		
	1983	20	16 (11)	63	2		
	1984	9	27 (21)	62	2		
	1985	11	32 (28)	56	2		
	1986	6	34 (31)	59	1		
	1987	4	26 (25)	69	1		
Destination of exports (% of total value)		U.S.	Western Europe*	Japan	Others		
	1982	41	48 (27)	9	2		
	1983	59	31 (19)	8	2		
	1984	76	16 (8)	6	2		
	1985	83	11 (5)	3	2		
	1986	82	13 (7)	4	1		
	1987	78	17 (9)	4	1		

(continued)



## REGIONAL DISTRIBUTION — Average over 4 years (1982-85)

	Atlantic	Quebec	Ontario	Prairies	B.C.
Establishments – % of total	1	67	28	2	2
Employment – % of total	X	70	23	X	X
Shipments – % of total	X	79	18	X	X

## MAJOR FIRMS

Name	Ownership	Location of Major Plants
D.H. Grosvenor Inc.	Canadian	Montréal, Quebec
Amsel & Amsel 1962 Inc.	Canadian	Montréal, Quebec
Yarrow Fur Inc.	Canadian	Montréal, Quebec
Natural Furs Canada Inc.	Canadian	Montréal, Quebec
Einhorn W. Furs Limited	Canadian	Toronto, Ontario

e ISTC estimate

X Confidential

\* Includes the United Kingdom, Ireland, Austria, Belgium, Denmark, Finland, France, the Federal Republic of Germany, Greece, Iceland, Luxembourg, Italy, the Netherlands, Norway, Portugal, Spain, Sweden, Switzerland.

( ) European Community (E.C.) portion

N/A Not available

Note: Statistics Canada data have been used in preparing this profile.



Digitized by the Internet Archive  
in 2022 with funding from  
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761117648063>



Établissements (en %)	1	67	28	2	18	79	x	x	x
Emplois (en %)		x	70	23	x	x			
Expéditions (en %)									
Nom	Propriéte	Emploiement							
D.H. Grosvenor Inc.	canadienne	Montréal (Québec)							
Amseil & Amseil 1962 Inc.	canadienne	Montréal (Québec)							
Yarrow Fur Inc.	canadienne	Montréal (Québec)							
Les fourrures naturelles du Canada Inc.	canadienne	Montréal (Québec)							
Einhorn W. Furs Limited	canadienne	Toronto (Ontario)							
e Estimations d'ISTC.	x Données confidentielles.	* Les montants individuels sont exprimés en millions de dollars.	** Grandes-Bretagne, Irlande, Autriche, Belgique, Danemark, Finlande, France,	*** République fédérale d'Allemagne, Grèce, Islande, Luxembourg, Italie, Pays-Bas, Norvège, Portugal, Espagne, Suède, Suisse.	( ) Part des pays de la CEE.	Les données utilisées dans ce profil proviennent de Statistique Canada.			

## PRIMARIES SOCIÉTÉS

Attaquage	Québec	Ontario	Prairies	C.-B.
Établissements (en %)	1	67	28	2

## ÉQUIPEMENTIERS — MATERIELS — MÉTIERS

Année	Principales statistiques					
	Emplois	Établissements	Expéditions*	Exports intérieurs*	Imports intérieurs*	Marché intérieur*
1973	1982	1983	1984	1985	1986	1987
338	n.d.	266	272	243	n.d.	215e
2 525	2 333	2 423	2 437	2 640	2 989e	n.d.
101,7	247,2	251,0	280,2	321,7	390,4e	418,1e
(en % des ventes)	2,4	6,6	8,7	13,2	4,7	n.d.
Bénéfices après impôts*	2,4	2,4	2,7	3,5	n.d.	n.d.
Expéditions*	1973	1982	1983	1984	1985	1987
1973	111,6	99,3	141,0	160,0	207,7	229,6
72,0	135,6	151,7	139,2	161,7	182,7	188,5
1,9	9,7	12,2	19,9	26,3	41,6	70,2
Marché intérieur*	73,9	145,3	163,9	159,1	188,0	224,3
Expéditions	29	45	40	50	53	54
(en % des expéditions)	3	7	7	13	14	18
Imports du marché intérieur	3	7	7	13	14	27
Source des importations	(en %)	Europe	E.-U.	de l'Outre-mer	Asie	Autres
Imports	1982	14	18 (14)	63	5	2
1983	20	16 (11)	63	63	2	2
1984	9	16 (11)	63	63	2	2
1985	11	27 (21)	62	56	2	2
1986	6	32 (28)	59	59	1	1
1987	4	26 (25)	69	69	1	1
Destination des exportations	(en %)	Autres	Japon	de l'Outre-mer	Europe	E.-U.
Exports	1982	41	48 (27)	9	2	2
1983	59	31 (19)	8	8	2	2
1984	76	16 (8)	6	6	2	2
1985	83	11 (5)	3	3	2	2
1986	82	13 (7)	4	4	1	1
1987	78	17 (9)	4	4	1	1

## PRINCIPALES STATISTIQUES

CTI 2495 (1980)

Par ailleurs, les fournisseurs canadiens sont prêts à consacrer plus de ressources au développement de marchés inexploités comme la République fédérale d'Allemagne, la Suède, l'Italie et le Japon.

L'accord devrait profiter à cette industrie, car il lui permettra de conserver sa part du marché américain où, en 1987, son taux de croissance a commencé à se stabiliser. Grâce à l'accord, cette industrie a beaucoup plus de chances de retrouver les niveaux de croissance qu'elle a connus de 1982 à 1986.

Pour de plus amples renseignements sur ce dossier, s'adresser à :

Industries des services et des biens de consommation  
et des biens de技術  
Industrie, Sciences et Technologie Canada  
Objet : Vétements de fourrure  
235, rue Queen  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0H5

Tél. : (613) 954-2884

Il est peu probable que les dernières innovations techniques révolutionnent ce secteur, cependant, certains progrès devraient survenir, résultant soit de l'information des activités, telle la conception assise par ordinateur, soit de l'informatisation dans l'appareil ou de la mécanisation de la couture. Pas augmenter sensiblement la productivité dans un autre secteur, mais celle qui dépend de la production de certains articles de la chaîne de fabrication, comme les fournisseurs canadiens, devraient bénéficier de l'évolution de la technologie.

Dans l'ensemble, l'industrie canadienne de la fourrure a une réputation, les ressources, la capacité à conserver sa position sur le marché international. Elle peut être face à une concurrence plus vive au cours des prochaines années, mais elle a démontré qu'elle pouvait innover et s'adapter à l'évolution de la mode internationale, et offre des prix compétitifs et attractifs pour les débouchés. Les fournisseurs canadiens devraient donc maintenir leur présence sur le marché international.

En outre, cette industrie profitera de la libéralisation du commerce avec les États-Unis.

En Europe de l'Ouest, ses débouchés dévraient augmenter, grâce aux taux de change favorables et aux initiatives audacieuses qu'elle prendra pour contrer la mauvaise publicité faite par les mouvements de défense des droits des animaux.

L'Exposition canadienne internationale de la fourrure de Montréal, manifestation annuelle bien établie, continuera de faire connaître les fournisseurs canadiens sur le marché international.

## 4. Évaluation de la compétitivité

Il est peu probable que les dernières innovations techniques révolutionnent ce secteur, cependant, certains progrès devraient survenir, résultant soit de l'information des activités, telle la conception assise par ordinateur, soit de l'informatisation dans l'appareil ou de la mécanisation de la couture. Pas augmenter sensiblement la productivité dans un autre secteur, mais celle qui dépend de la production de certains articles de la chaîne de fabrication, comme les fournisseurs canadiens, devraient bénéficier de l'évolution de la technologie.

Si la tendance actuelle se maintient, les fournisseurs importent davantage pour élargir leur gamme de produits et accroître leur rentabilité.

Dans l'ensemble, l'industrie canadienne de la fourrure a une réputation, les ressources, la capacité à conserver sa position sur le marché international.

Jusqu'ici, grâce à ses vigoureux efforts de promotion et de commercialisation, elle a réussi à s'animer et de donner à ses produits de qualité solide dans le domaine des produits de qualité moyenne et supérieure. Elle peut-être face à une concurrence plus vive au cours des prochaines années, mais elle a démontré qu'elle pouvait innover et s'adapter à l'évolution de la mode internationale, et offre des prix compétitifs et attractifs pour les débouchés. Les fournisseurs canadiens devraient donc maintenir leur présence sur le marché international.

En outre, cette industrie profitera de la libéralisation du commerce avec les États-Unis.

En Europe de l'Ouest, ses débouchés dévraient augmenter, grâce aux taux de change favorables et aux initiatives audacieuses qu'elle prendra pour contrer la mauvaise publicité faite par les mouvements de défense des droits des animaux.

L'Exposition canadienne internationale de la fourrure de Montréal, manifestation annuelle bien établie,

## **3. Evolution de l'environnement**

**Facultés technologiques** Comme le secteur canadien de la fourrure se compose surtout de petites entreprises extrêmement spécialisées et offrant une vaste gamme de produits, les possibilités d'automatisation semblent limitées. A l'exception de certaines nouvelles méthodes qui simplifient les opérations de couture, la technologie employée demeure plutôt simple. La plupart des innovations techniques résultent des initiatives des fournisseurs eux-mêmes.

## **Facteurs techniques**

Ces dernières années, la demande mondiale de vêtements de fortune a augmenté de façon spectaculaire, mais il semble que, sur les marchés des grands pays industrialisés, elle ait atteint un point culminant en 1986-1987 et qu'elle se soit stabilisée depuis. A moyen terme, elle devrait continuer une croissance modeste. Par contre, dans des nombreux pays, notamment ceux disposant d'une main-d'œuvre bon marché, la capacité de production s'est accrue. A mesure que ces pays augmenteront leur production, leur compétence technique et leurs dessins de mode, l'actuel marché de vêtements pourraient graduellement faire place

**Facteurs majeurs du commerce**

Les tarifs douaniers ne sont généralement pas considérés comme un important obstacle à l'exportation des fournitures canadiennes. Les principaux marchés, soit les Etats-Unis et la CEE, frappent les fournisseurs importateurs de tarifs de 5,8 et de 6 p. 100 respectivement. Quant au Japon, il impose un tarif moyen de 20 p. 100, mais une demi-douzaine de sociétés canadiennes a quand même réussi à penetrer cet important marché. Le Canada frappe la plupart des ses propres importations d'un tarif relativement bas de 12,3 p. 100, ce qui ne semble pas constituer un obstacle.

En vertu de l'accord de libre-échange, tous les tarifs touchant le commerce des fournitures depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1989, il est probable qu'un plus grand nombre d'entreprises chercheront à exporter aux Etats-Unis et que celles qui exportent déjà vers ce pays voudront y accroître leurs ventes. Comme les règles d'origine relatives aux fournitures, aucun obstacle ne s'applique pas aux fournitures, aucun obstacle au commerce international excepté la réglementation sur le plan international, le seul véritable obstacle au commerce des fournitures est la réglementation moyennant des pénalités à toute déclaration de ventes ou de spécificité en voie d'extinction.

Cette réglementation exigerait que les articles de baux proviennent peut-être d'ailleurs pris au fur et à mesure qu'ils sont éliminés à partir de certains dispositifs limitant les exportations canadiennes moyennant des pénalités à toute déclaration de ventes ou de spécificité en voie d'extinction.

Sur le plan international, le seul véritable obstacle au commerce des fournitures est la réglementation sur le plan international, le seul véritable obstacle au commerce des fournitures est la réglementation au sein des Etats-Unis.

## Facteurs liés au commerce

Sur les marchés d'exportation, leur succès dépend en grande partie des taux de change. Jusqu'en 1988, la faiblesse du dollar canadien a énormément profité aux exportations canadiennes de fourrures aux États-Unis. Toutefois, le raffermissement survenu récemment a entraîné une diminution du taux de croissance des exportations vers les États-Unis.

Inversément, le marché européen gagne actuellement en importance parce que le dollar canadien jouit d'un taux de change favorable par rapport à la plupart des devises européennes.

Par son style, la qualité et la diversité de ses produits, cette industrie canadienne livre une vive concurrence aux fournisseurs européens et américains. Ces 3 facteurs déterminants de la demande compensent tout désavantage au chapitre des coûts.

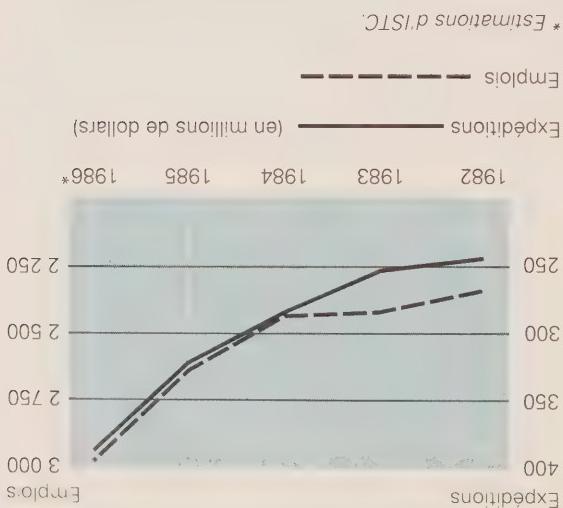
Dans l'ensemble, les entreprises de fabrication de vêtements de fourrure sont de faible envergure, séparément et souvent en très petites quantités, car conséquent, le calibre d'une entreprise n'est pas un facteur déterminant de sa compétitivité.

Cette industrie dispose des ressources financières. Comme les initiatives pour élargir ses marchés, consultent habituellement très cher, il faut des ressources financières considérables pour maintenir la plupart d'une situation financière stable, mais un nombre croissant d'entre elles ont de la difficulté à conserver leur rentabilité. Par suite d'une diminution du taux de croissance de la demande, la concurrence est de plus en plus vive et les prix stagnent, alors que les coûts de production continuent d'augmenter.

L'industrie des vêtements de fourrure est travaliistique et doit donc disposer d'une importante réserve de main-d'œuvre qualifiée. Jusqu'à ici, les entreprises ont toujours fourni elles-mêmes à leur personnel une formation en cours d'emploi. Les coûts de cette formation sont aujourd'hui très élevés car certains fourreurs ont redouté leurs activités de vente des peaux de opérations d'apprentissage ou européennes.

Les fourreurs canadiens confient la plus grande partie des opérations d'apprentissage à des entreprises canadiennes. Cependant, pour certaines procédures spéciales, ils doivent faire appel à des entreprises américaines ou européennes.

Les entreprises canadiennes ont toutes fois des concurrentes européennes ou américaines, ce qui leur procure un certain avantage concurrentiel. Par contre, elles versent des salaires considérablement plus élevés que ceux en vigueur à Hong-Kong ou dans le reste du monde.



Le secteur canadien des vêtements de fourrure est renommé pour la variété, la qualité et le style. Les mêmes que pour sa compétence en gestion et en commercialisation. Bien que les vêtements de fourrure canadiens soient toujours été réputés dans le monde entier, les fourrures canadiennes ont investi temps, argent et idées pour mettre en évidence le style et la qualité uniques de leurs produits sur le marché international. Ces fourreurs, dont les produits sont griffés, disposeront généralement d'un avantage concurrentiel. Bon nombre d'entre eux ont leurs propres stylistes ou leurs dessinatrices et s'emploient à promouvoir leur nom. Cette industrie canadienne est actuellement bien implantée dans les segments moyens et supérieurs du marché mondial de la mode, segments les plus lucratifs, les plus stables et les moins sensibles aux variations de prix.

Cette industrie utilise également des méthodes de commercialisation à l'étranger. Elle dispose de plans d'action très agressifs et d'organisations solides. Elle publie également un excellent document de promotion, à savoir le Guide de l'industrie de la fourrure. En outre, elle peut compter sur un salon de renommée internationale tenu au Canada pour promouvoir ses produits.

Cette industrie offre son succès à sa facilité d'adaptation, à l'évolution de la mode, à son flair pour exploiter les nouveaux débouchés et maintenir la compétitivité de ses prix. Autant qu'un grand nombre de sociétés canadiennes donnent le ton pour expliquer les succès canadiens et maintenir la compétitivité de ses prix.

Le secteur canadien des vêtements de fourrure est renommé pour la variété, la qualité et le style, de même que pour sa compétence en gestion et en commercialisation. Bien que les vêtements de fourrure canadiens soient toujours été réputés dans le monde entier, les fourrures canadiennes ont investi temps, argent et idées pour mettre en évidence le style et la qualité uniques de leurs produits sur le marché international. Ces fourreurs, dont les produits sont griffés, disposeront généralement d'un avantage concurrentiel. Bon nombre d'entre eux ont leurs propres stylistes ou leurs dessinatrices et s'emploient à promouvoir leur nom. Cette industrie canadienne est actuellement bien implantée dans les segments moyens et supérieurs du marché mondial de la mode, segments les plus lucratifs, les plus stables et les moins sensibles aux variations de prix.

Cette industrie utilise également des méthodes de commercialisation à l'étranger. Elle dispose de plans d'action très agressifs et d'organisations solides. Elle publie également un excellent document de promotion, à savoir le Guide de l'industrie de la fourrure. En outre, elle peut compter sur un salon de renommée internationale tenu au Canada pour promouvoir ses produits.

Cette industrie offre son succès à sa facilité d'adaptation, à l'évolution de la mode, à son flair pour exploiter les nouveaux débouchés et maintenir la compétitivité de ses prix.

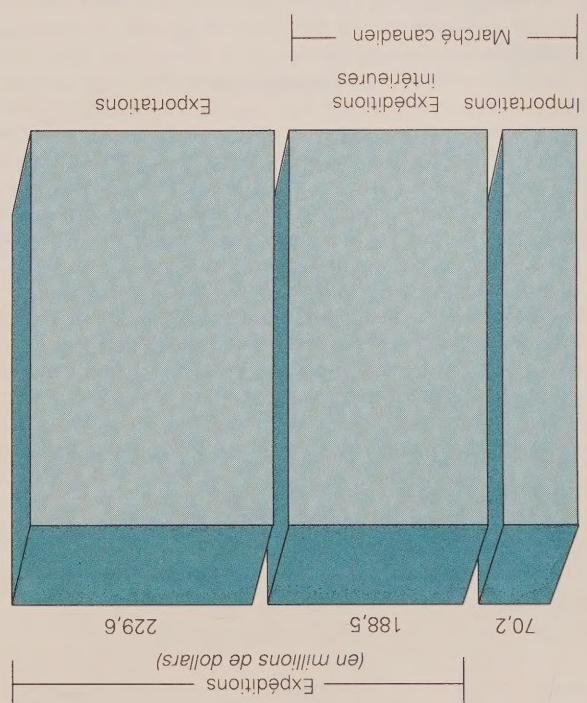
## 2. Forces et faiblesses

Bien qu'elles aient augmenté leur part du marché, qui est passée de 7 à 27 p. 100 de 1982 à 1987, les importations n'ont quitté en effet jusqu'ici sur la production canadienne. Celles-ci comprennent des produits bas de gamme, que les fournisseurs canadiens délaissent, mais elles deviennent de plus en plus menagantes à mesure que les fournisseurs disposent de main-d'œuvre bon marché améliorant la qualité de leurs produits. Jusqu'ici, les entreprises de ce secteur n'ont pas beaucoup investi pour moderniser leurs usines ou acquérir du matériel. La plupart des installations sont très vieilles, souvent anciennes, démodées et des machines, souvent anciennes, démodées et toutesfisstabilisables et suffisantes. Si cette technologie, c'est en grande partie parce qu'aucun programme important n'a été accompli à ce chapitre. La fabrication de vétements de fourrure exige beaucoup de main-d'œuvre, mais celle-ci ne représente que 15 p. 100 des coûts de production. Ce sont les matières premières qui coûtent cher.

Une grande proportion, soit 60 p. 100, de la croissance observée depuis 1973 découlé de la hausse des exportations. De plus, l'augmentation de la valeur des exportations résulte d'une amélioration de la qualité et de la conception du dessin, ce qui a permis aux fabricants de demander des prix plus élevés et d'utiliser une grande partie de leur capacité de production.

Quant aux résultats obtenus à quelques reprises, ils résultent soit d'un hiver court et doux comme celui de 1987-1988, soit d'une période de récession comme celle de 1982, soit d'une hausse soutenue des prix, généralement attribuable à une augmentation du prix des biens.

Cette industrie canadienne est axée sur l'exportation, vendant à l'étranger plus de la moitié de sa production. Les États-Unis absorbent près de 80 p. 100 des exportations canadiennes soit, en 1987, 179 millions de dollars. Les autres clients sont l'Europe de l'Ouest, qui importe du Canada 36 p. 100 des vêtements de fourrure, et le Japon, qui en importe 11 p. 100. Sur ce dernier marché, les États-Unis ont détrôné le Canada au cours des dernières années.



Bandm

1987 - Imports, exportations et expéditions intérieures.

Marché canadien

Imports	Exports	Interventions
Exports	Imports	Interventions

Digitized by srujanika@gmail.com

Digitized by srujanika@gmail.com

卷之三

For more information about the National Institute of Child Health and Human Development, call 301-435-0911 or visit the NICHD Web site at [www.nichd.nih.gov](http://www.nichd.nih.gov).

For more information about the National Institute of Child Health and Human Development, please call the NICHD Information Resource Center at 301-435-2936 or visit our website at [www.nichd.nih.gov](http://www.nichd.nih.gov).

—  
—  
—

70,2 188,5 229,6  
(en millions de dollars)

#### Expeditions

*Journal of Clinical Endocrinology and Metabolism*, Vol. 130, No. 10, October 1995, pp. 3033–3038.

DE FOU  
VÉTÉRINAIRE



## Bureaux régionaux

Terre-Neuve

C P 8950  
90, avenue O'Leary

ST. JOHNS (Terre-Neuve)

Ille-du-Prince-Edouard

Confédération Courte Mail  
134, rue Kent  
bureau 400  
C.P. 1115  
CHARLOTTETOWN  
(Île-du-Prince-Édouard)  
C.I.A.T.M.B.  
Tel. : (902) 666-7400

Ontario

Tel.: (514) 283-8185

Tel.: (416) 973-5000

Manitoba

3330, avenue Portage  
bureau 608  
C.P. 981  
WINNIPEG (Manitoba)  
R3C 2V2  
Tel.: (204) 983-4090

SASKATCHEWAN  
105, 21<sup>e</sup> Rue est  
6<sup>e</sup> etage  
SASKATOON (Saskatchewan)  
S7K 0B3  
Tel. : (306) 975-4400

Saskatchewan

Précambrian Building  
Sac postal 6100  
YELLOWKNIFE  
Territories du Nord-Ouest  
X1A 1C0  
Tel.: (403) 920-8568

Territoires du Nord-Ouest

Tel.: (604) 666-0434

Yukon  
108, rue Lambert  
bureau 301  
WHITEHORSE (Yukon)  
Y1A 1Z2  
Tel.: (403) 668-4655

Yukon

1, rue Frontenac

Manitoba

3330, avenue Portage  
bureau 608  
C.P. 981  
WINNIPEG (Manitoba  
R3C 2V2  
Tel.: (204) 983-4090

NOUVEAUX-ÉCOSSAIS

Tel. : (902) 426-2018  
B3J 2V9  
( Nouvelle-Ecosse )  
HALIFAX  
C.P. 940, succ. M.  
1496, rue Lower Wa

Nouveau-Brunswick

770, rue Main  
C.P. 1210  
MONCTON  
(Nouveau-Brunswick)  
E1C 8P9  
Tél. : (506) 857-6400

Alberta

Comperpoint Building  
10179, 105e Rue  
bureau 505  
EDMONTON (Alberta  
T5J 3S3  
Tel.: (403) 495-4782

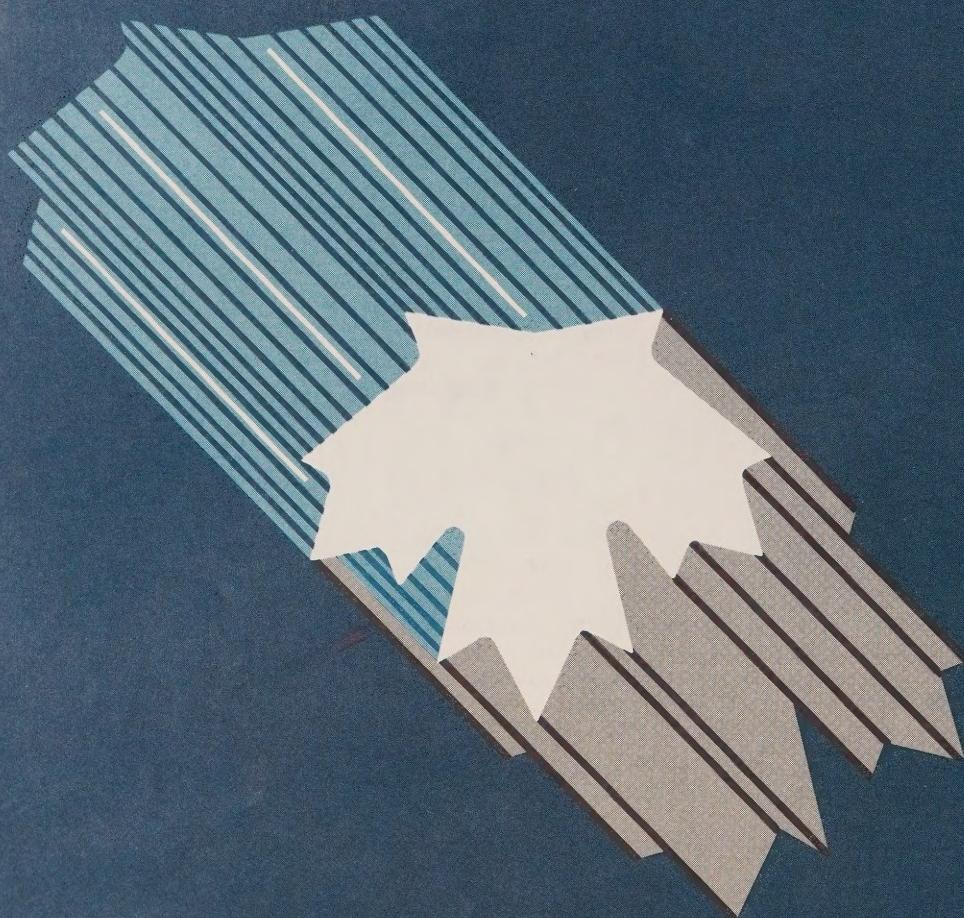
Pour obtenir des exemplaires de ce profil, s'adresser au :

Centre des entreprises générales  
comunications  
industrie, Sciences et  
Technologie Canada  
235, rue Queen  
OTTAWA (Ontario)  
K1A 0H5

Canada

## Vêtements de fourrure

Industrie, Sciences et Technologie Canada  
Industry, Science and Technology Canada



P R O F I L  
DE L'INDUSTRIE